

Les FEMMES d'affaires 2015

en commerce international



EXPORTER : UN MONDE DE POSSIBILITÉS

Les signes du marché dynamique sont omniprésents : en ligne, dans les médias que nous utilisons tous les jours. Nos clients de tous les pays. Pourquoi n'y vendrions-nous pas nos produits et services? En tant que femme d'affaires, vos produits et services méritent d'être connus et appréciés. Ils sont souvent beaucoup plus importants que vous ne pouvez obtenir en vous limitant au marché local.

C'est précisément la raison pour laquelle une femme résidente de Vancouver, ouvre un bureau à Los Angeles. Elle estime que les nouveaux marchés valent la peine d'être explorés.

« Nos clients de Toronto et de Vancouver sont en relations publiques à Los Angeles. C'était un risque, mais nous avons pu le gérer car nous connaissons le marché. Nous avons pu développer nos activités au Canada et nous nous sommes assurés que cela permettrait de garder notre perspective globale pendant l'expansion. La route est allons de l'avant! »

Adoptez une approche stratégique

Peu importe que vous fassiez déjà du commerce international ou que vous soyez à vos débuts, une approche stratégique est essentielle pour explorer de nouveaux marchés.

Où commencer? Joignez-vous au programme du groupe Femmes d'affaires en commerce international (FACI) et contactez le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada.

[suite à la page 2]

POURSUIVRE SUR NOTRE LANCÉE

2014, c'est l'année 2014 qui a été la plus grande année de commerce. Elle a été une année record pour les petites et moyennes entreprises (PME) grâce à la conclusion de l'Accord économique et commercial global de l'Union européenne (AECG) et de l'Accord de libre-échange Canada-Corée.

En plus de nouvelles possibilités pour les PME dans l'Union européenne et le marché de plus de 500 millions de personnes, à ce qu'il insuffle un dynamisme économique grâce à des recettes annuelles de plus de 100 milliards de dollars, une augmentation du commerce international.

En 2014, le Canada a injecté 1,7 milliard de dollars dans le commerce et permettre d'accroître de 32 p. 100 les exportations vers la Corée du Sud. Il fournira de nouvelles opportunités aux entreprises canadiennes sur le marché de l'Asie.

Le Canada a de mettre en œuvre sa stratégie commerciale pour votre expansion dans le monde. Une base solide sur lequel les PME peuvent exporter leurs produits et services.

En tant que femmes canadiennes, votre capacité d'aide mutuelle et le soutien de la diplomatie canadienne grâce au commerce est une force.

Le but de ce bulletin est de vous fournir des conseils étape par étape et de vous diriger vers nos nombreuses et précieuses ressources.

Ensemble, nous pouvons continuer à bâtir sur notre lancée. Nous vous encourageons à prendre part à l'une de nos missions commerciales, à utiliser les services offerts par FACI et le SDC et à participer à l'un de nos ateliers « Le monde à votre portée » sur l'exportation. Nous nous engageons à travailler avec vous coude à coude sur votre chemin du succès dans l'exportation.



L'honorable Ed Fast
Ministre du
Commerce
international



L'honorable
D^{re} K. Kellie Leitch
Ministre du Travail
Ministre de la
Condition féminine

DANS CE NUMÉRO

- Exporter : Un monde de possibilités..... 1-2
- Cinq étapes vers votre prochain marché..... 2
- Le libre-échange : Votre passerelle internationale 3
- Accélérez vos ventes mondiales grâce au commerce électronique..... 4
- Tisser des liens grâce aux partenariats 5
- Trouver les capitaux pour financer vos activités internationales..... 6
- Services de soutien aux entrepreneurs et exportateurs 7
- Les réseaux et associations de femmes d'affaires 8





EXPORTER : UN MONDE DE POSSIBILITÉS

[suite de la page 1]

« Parlez-nous des marchés que vous désirez conquérir. Nous pouvons discuter de l'étude de marché que vous avez déjà faite et vous aider à recenser des sources supplémentaires de renseignement, explique Victoria Hayes, déléguée commerciale à Vancouver.

Une fois que vous avez élaboré une stratégie commerciale pour vos marchés cibles, nous pouvons vous mettre en contact avec nos collègues dans les régions d'activité ciblées afin qu'ils vous donnent des conseils et du soutien adaptés au milieu. Nous pouvons également vous aider à recenser les contacts nécessaires pour faire avancer votre entreprise dans ces marchés. Ces contacts peuvent être des acheteurs étrangers, des partenaires ou d'autres acteurs qui pourraient avoir de l'intérêt pour votre bien ou service ».

Ciblez des marchés et des secteurs prometteurs

Grâce au soutien que le gouvernement du Canada apporte à vos efforts, vous avez une longueur d'avance sur celles qui se lancent seules. Le *Plan d'action sur les marchés mondiaux* concentre les efforts du Canada sur les marchés et les secteurs les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes.

Ce plan commercial ambitieux donne des résultats. Le Canada a rendu accessibles d'importants marchés grâce à des accords de libre-échange avec la Corée du Sud et l'Union européenne. Nous avons maintenant conclu onze accords et nous sommes engagés dans des négociations avec plus de 60 pays. Nos exportations vers le monde croissent. Pour la première fois, notre commerce bilatéral a dépassé 1 billion de dollars en 2014.

Adoptez des mesures pour assurer votre succès

Quant à M^{me} Nahmiache, elle a quelques derniers conseils à vous donner si vous planifiez votre propre expansion. « Communiquez avec les membres de votre réseau professionnel qui ont de l'expérience dans l'exportation. Votre approche doit prendre en compte votre entreprise existante. Travaillez avec FACI et participez à leurs événements et missions commerciales.

Vous apprendrez beaucoup tout comme je l'ai fait ».



Lindsay Nahmiache,
co-propriétaire
Jive Communications

Êtes-vous prête à aller conquérir le monde?

Découvrez-le en participant au jeu-questionnaire de FACI sur la capacité immédiate d'exporter. Vous découvrirez également des aspects de votre plan d'affaires ou d'exportation sur lesquels vous pourriez mettre l'accent avant de prendre la décision d'aller à l'international. Y participer ne vous prendra que cinq à dix minutes : deleguescommerciaux.gc.ca/facisonnage-exportation.



CINQ ÉTAPES VERS VOTRE PROCHAIN MARCHÉ

Vous êtes prête à mettre le cap sur de nouveaux marchés : par où commencer? Rashma Agarwal, la déléguée commerciale principale à Los Angeles, et Wendy Weir, propriétaire de Libre, une société de filtres à thé en feuille, donnent leur avis :

1. Découvrez vos capacités

« Déterminez la différence que votre produit ou service apporte sur le marché que vous avez choisi. Découvrez vos capacités et ce qui vous distingue de vos concurrents. Ensuite, avancez à petits pas. Quel que soit le marché que vous choisissiez, prenez en considération la quantité de travail à réaliser : pouvez-vous l'assumer? La réglementation est-elle complexe? Envisagez de trouver un partenaire ou un distributeur local. Le SDC peut jouer un rôle important dans la réussite des entreprises ». - Rashma

2. Comprenez les besoins de vos clients

« Tout réside dans votre connaissance de la clientèle visée. C'est la clé de notre succès au Royaume-Uni. Nous savions que le thé en feuilles a été intégré au style de vie yoga, mais que le reste du pays utilise les sachets de thé. Nous avons participé à une exposition lors d'un grand salon professionnel de yoga et ce fut l'élément déclencheur du succès de nos affaires au Royaume-Uni ». - Wendy

3. Concentrez vos efforts

« Ne vous lancez pas trop vite dans un marché. Les États-Unis, par exemple, renferment un ensemble de marchés régionaux divers dont chacun est associé à des possibilités et à des défis. L'adoption d'une démarche sur mesure adaptée à chaque marché est requise pour y saisir des occasions d'affaires ». - Rashma

4. Soyez prête à livrer la marchandise

« Accordez une grande importance à votre marché même s'il est petit. Connaissez vos limites. Pouvez-vous évoluer jusqu'à être en mesure d'exécuter de grosses commandes? Ne tombez pas dans le piège de l'alléchante possibilité de vendre à une grande entreprise comme Disney si vous n'y êtes pas prête ». - Rashma

5. Demandez conseil à des experts

« Le SDC nous a donné des ressources sur les distributeurs et des informations sur le marché local. Puis, nous avons étudié nos options. Maintenant, nous stockons nos produits à Los Angeles, à Vancouver, au Royaume-Uni et en Australie afin de faciliter la livraison à nos clients ». - Wendy

AVANTAGES DE L'EXPORTATION

- » Augmentez vos ventes et profits
- » Réalisez des économies d'échelle
- » Réduisez la vulnérabilité de votre entreprise
- » Acquérez de nouvelles connaissances et de l'expérience
- » Augmentez votre compétitivité au Canada et à l'étranger

LE LIBRE-ÉCHANGE : VOTRE PASSERELLE INTERNATIONALE



Tara Kelly, PDG
Splice Software

Tara Kelly sait reconnaître les grandes opportunités lorsque celles-ci se présentent. En tant que présidente et directrice générale de Splice Software basée à Calgary, elle accroît la présence de la société à l'international en se lançant sur des marchés dans des pays qui ont signé des accords de libre-échange (ALE) avec le Canada.

« Le libre-échange réduit considérablement le risque lié à notre expansion à l'échelle internationale », explique M^{me} Kelly. Les ALE du Canada fournissent un cadre cohérent d'un marché à l'autre. Je sais comment rendre les principes de l'accord opératoires pour nous à tous les niveaux (le flux de trésorerie, l'embauche et la fiscalité) ».

Grâce aux onze accords de libre-échange conclus, les portes de pays tels que le Chili, la Colombie, l'Israël, la Jordanie, le Mexique, le Pérou et les États-Unis, parmi tant d'autres, sont grandes ouvertes aux femmes d'affaires canadiennes. Récemment, l'Accord de libre-échange Canada-Corée (ALECC) est entré en vigueur et profitera aux Canadiens en éliminant les frais de douane dans un large éventail de secteurs tels que les produits agroalimentaires, le poisson et les fruits de mer, les produits forestiers ainsi qu'industriels.

L'année dernière, Mariette Mulaire, présidente-directrice générale du World Trade Center Winnipeg, a participé à deux missions commerciales en Corée du Sud.

« Nous visions ce marché parce qu'il est un excellent point d'entrée en Asie. Les femmes et les hommes d'affaires sud-coréens ont une expression qui signifie : "Allons de l'avant. Faisons-le". Ils ont une soif de commerce. Cette approche convient bien aux Canadiens ».

Quant à M^{me} Kelly, l'Europe est sa prochaine destination. L'Accord économique et commercial global Canada-Union européenne (AECG) donnera aux entreprises canadiennes un accès accru à 500 millions de personnes et à la plus grande économie du monde. L'accord permettra d'éliminer 98 p. 100 des droits de douane sur les produits non agricoles et près de 94 p. 100 des droits de douane sur les produits agricoles. Les occasions pour les femmes d'affaires canadiennes abondent dans des secteurs tels que l'agroalimentaire, l'automobile, les produits chimiques, les produits forestiers, les minéraux, les matières plastiques, les produits transformés et manufacturés ainsi que les services professionnels.

« Le Canada entretient de solides relations avec l'Europe et nous avons bâti une réputation d'excellence de la qualité de nos produits, d'équité des contrats et de fiabilité, explique M^{me} Kelly. Nous devrions être fiers des bases du libre-échange que nous avons établies. Le libre-échange nous permet de ramener au Canada plus de dollars étrangers et de créer des marchés solides. »



VOUS EXPORTEZ? PRENEZ D'ABORD CONTACT AVEC FACI

Dans un monde des affaires riche en information où le temps fait défaut, la création d'un solide réseau de conseillers experts peut faire toute la différence sur l'orientation de vos efforts d'exportation. Après tout, vous avez besoin d'un accès rapide et simple aux programmes, aux ressources et à l'expertise qui vous aideront à réussir à l'échelle mondiale. Le programme FACI est conçu pour répondre à ce besoin.

La consultante en exportation, Deborah Youden, travaille avec la Newfoundland and Labrador Organization of Women Entrepreneurs. Elle dit que FACI est sa principale ressource lorsqu'elle donne des conseils d'experts à ses clientes, organise des missions commerciales axées sur les femmes, offre des possibilités de partenariat à ses clientes ou établit des liens avec des contacts dans le marché.

« FACI est l'une de mes principales ressources quand je travaille avec mes clientes. Ces femmes possèdent d'incroyables contacts à travers le monde, soutient M^{me} Youden. Elles travaillent très dur pour offrir des expériences internationales de grande valeur à nos femmes d'affaires. J'ai participé à un certain nombre de leurs missions commerciales et l'expérience de nos femmes d'affaires est extraordinaire ».

“ Le saviez-vous?

Le Service des délégués commerciaux du Canada exerce ses activités dans plus de 175 villes à travers le monde et sert plus de 15 000 clients par an. Le SDC offre quatre services clés :

1. La préparation aux marchés étrangers
2. L'évaluation du potentiel de marché
3. La recherche de contacts qualifiés
4. La résolution de problèmes

Le SDC donne accès à des rapports commerciaux, aux programmes accélérateurs et aux missions commerciales. Pour en savoir davantage, visitez le site delegatescommerciaux.gc.ca.



La sous-ministre du Commerce, Christine Hogan, et la déléguée commerciale principale Susan Bincoletto participent à une visite des installations d'Imprint Plus, une entreprise internationale prospère de Richmond, en Colombie-Britannique, détenue par des intérêts féminins et cliente du Service des délégués commerciaux.



ACCÉLÉREZ VOS VENTES MONDIALES GRÂCE AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Lorsque Bonnie Cook, une couturière de Terre-Neuve, a reçu en 2002 sa première commande d'une veste identique à celle de Keanu Reeves dans le film *La Matrice*, elle ne pouvait s'imaginer qu'elle exporterait vers 53 pays quelque dix années plus tard. Aujourd'hui, AbbyShot est un leader mondial dans la création de vêtements identiques à ceux portés dans les séries télévisées, les films de science-fiction et les jeux électroniques. Grâce à la vente en ligne de la plupart de ses produits, AbbyShot a connu une croissance exponentielle. Nous nous sommes adressés à Grace Shears, la gestionnaire des risques d'AbbyShot, pour découvrir les secrets de la réussite du commerce en ligne de l'entreprise.



Grace Shears,
gestionnaire des risques
AbbyShot

Familiarisez-vous avec l'optimisation des moteurs de recherche

« AbbyShot explore toujours de nouvelles façons d'améliorer ses résultats d'OMR afin d'atteindre plus de clients. Nous sommes très actifs sur LinkedIn, Facebook, YouTube et Twitter et nous bloguons. Nous produisons des vidéos, organisons des concours et faisons réellement la connaissance de nos clients ».

Sachez quand développer et comment y parvenir

« Au départ, toute notre production venait de Mount Pearl, à Terre-Neuve. Puis un jour, nous avons réalisé que nous ne pouvions plus répondre à la demande, si bien que nous avons sollicité l'aide d'une entreprise d'approvisionnement pour trouver des manufacturiers à l'étranger. Nous avons établi de solides relations avec nos nouveaux fournisseurs et les avons fermement mis sous l'aile d'AbbyShot ».

Envisagez le contrôle de la qualité de la production à l'étranger

« Comme nos normes de qualité sont élevées, nous travaillons avec une agence mondiale d'inspection. Elle inspecte nos stocks et supervise notre processus de contrôle de la qualité. Elle nous envoie un rapport détaillé avant expédition avec des photos et des mesures. Les produits doivent être conformes aux normes que nous nous sommes fixées pour nos clients et que nos clients nous ont fixées ».

Rapprochez vos stocks de vos clients

« Nous avons pris la décision courageuse de déplacer 95 p. 100 de nos stocks en dehors du Canada pour nous rapprocher de nos clients. Étant donné que les centres de traitement sont en Caroline du Nord et en Irlande du Nord, nos clients économisent sur l'expédition et les frais de douane ».

Soyez prête à modifier votre stratégie de commerce en ligne

« Lorsque nous avons commencé la distribution vers l'Europe et les États-Unis, nous avons créé trois sites Web, mais nous avons découvert qu'ils étaient en concurrence l'un avec l'autre pour capter l'attention. Nous avons décidé de créer un tout nouveau site Web avec une nouvelle plate-forme et un nouveau look. Cela a augmenté notre OMR et les consultations du site ».

Ayez recours aux conseils et à l'appui d'experts

« Nous avons bénéficié d'une importante aide de la part des gouvernements fédéral et provinciaux. Chez AbbyShot, nous croyons que l'on récolte ce que l'on sème. Le fait de recourir au soutien de l'équipe de FACI pour avoir des réponses nous a permis de réussir d'une façon remarquable ».

« Conseil avisé : cherchez de l'expertise sur le marché

« Appelez les experts dont vous avez besoin pour assurer la réussite de vos affaires électroniques. Organisez des rencontres avec des conseillers de marketing locaux qui peuvent vous dire comment joindre en ligne vos clients cibles. Ils peuvent mettre l'accent sur votre produit ou service, sur la stratégie pour le positionner, sur les moteurs de recherche les plus populaires, les mots-clés que les gens utilisent pour rechercher votre produit ou service sur les sites Web locaux où vous aurez intérêt à faire de la publicité. Il vaut la peine d'investir dans des connaissances de ce genre ».

Kathryn Aleong, déléguée commerciale principale
Halifax (Nouvelle-Écosse)

DATES À RETENIR!

Du 21 au 26 juin 2015
Mission commerciale de FACI à la conférence et foire commerciale de WBENC 2015
Austin (Texas)
conf.wbenc.org

Les 12 et 13 novembre 2015
« Power of the Economy »
Conférence nationale de **WEConnect International au Canada**
Toronto (Ontario)
weconnectinternational.org

Du 17 au 19 septembre 2015
Mission commerciale de FACI au Congrès de développement des affaires GFTG
Orlando (Floride)
goforthegreens.org

Le 8 mars 2016
Journée internationale de la femme | Informations à jour et événements au:
internationalwomensday.com

.....
Pour des informations à jour sur les activités, veuillez nous joindre sur LinkedIn au linkd.in/bwit-faci. Vous pouvez également vous inscrire pour recevoir des alertes en visitant notre site femmesdaffairesencommerce.gc.ca.
.....



LES FEMMES D'AFFAIRES PRENNENT LEUR ENVOL

Avez-vous envisagé de participer à une mission commerciale axée sur les femmes? Conçues avec votre succès au niveau mondial à l'esprit, ces missions réunissent des femmes dynamiques qui veulent que leurs entreprises prennent leur envol dans de nouveaux marchés.

L'équipe de FACI effectue deux missions en 2015. La mission commerciale de FACI à la conférence et foire commerciale de WBENC aura lieu du 21 au 26 juin à Austin, Texas. WBENC est la plus grande foire commerciale des États-Unis pour les entreprises appartenant à des femmes et l'un des meilleurs endroits pour rencontrer les acheteurs des sociétés Fortune 500 offrant également des programmes de diversification des fournisseurs. Ces programmes consacrent des millions de dollars pour s'approvisionner en produits et services auprès de groupes tels que les femmes propriétaires d'entreprises qui ne sont pas traditionnellement incluses dans la chaîne d'approvisionnement.

Faith Grant, résidente d'Edmonton et co-propriétaire de Rejuvenation Health Services, prévoit assister à sa troisième mission WBENC. « À chacune d'elles, nous avons appris à être plus précises sur la façon dont nous présentons notre proposition de valeur », explique M^{me} Grant. Cette année, je sais quels acheteurs je veux rencontrer et je conçois des présentations spécifiques à chacun d'eux ».

Le programme FACI effectuera également une mission au congrès de développement des affaires « Go for the Greens » à Orlando, en Floride, du 17 au 19 septembre. Cet événement unique en son genre offre un accès exclusif à des entreprises, à des organismes gouvernementaux, à des organismes à but non-lucratif et à des associations qui peuvent aider les femmes propriétaires d'entreprises à obtenir des contrats.

« Les missions commerciales de ce genre donnent aux femmes l'accès à des séances de formation et à des rencontres individuelles avec des acheteurs. Vous aurez également l'occasion de repérer des clients potentiels et des occasions de partenariat qui contribueront à la croissance de votre entreprise », explique Josie Mousseau, directrice adjointe du programme FACI.

Pour plus d'informations sur ces missions et d'autres, contactez l'équipe du programme FACI à faci@international.gc.ca.

TISSER DES LIENS GRÂCE AUX PARTENARIATS

Josée Dufour, femme d'affaires de Montréal, est prête à prendre de l'expansion. Son entreprise, Axiomatech, gère l'entretien de bâtiments commerciaux, industriels et institutionnels et les aide à suivre des lignes directrices rigoureuses et à détecter des enjeux avant qu'ils ne deviennent des problèmes.



Josée Dufour, présidente
Axiomatech

Grâce à des partenariats, M^{me} Dufour est en mesure de percer de nouveaux marchés et d'acquérir de nouveaux clients.

« Nous avons établi un partenariat avec une importante entreprise à propriété féminine bien établie aux États-Unis et en Europe, explique M^{me} Dufour. Ce partenariat nous procure un solide avantage et nous donne accès à de nouveaux marchés. »

Ruth Vachon, PDG du Réseau des Femmes d'affaires du Québec, souligne que ce genre de partenariat crée d'excellents débouchés et des relations à long terme.

« Il arrive souvent que, compte tenu de la taille de leurs entreprises, les femmes ne soient pas en mesure de vendre leurs produits à de grandes entreprises qui veulent en acheter dans le cadre de programmes de diversification des fournisseurs. En travaillant ensemble, les femmes peuvent alors essayer d'obtenir des contrats de grande envergure. »



Ruth Vachon, PDG
Réseau des Femmes
d'affaires du Québec

Êtes-vous prête à établir un partenariat?

Selon Alia Dedhar, déléguée commerciale établie à New York, lorsqu'une entreprise a de la difficulté à percer de nouveaux marchés ou de trouver de nouveaux clients, il est temps de penser au partenariat. Un partenaire local, ou une entreprise canadienne ou étrangère qui est présente dans votre marché cible, peut vous fournir des renseignements commerciaux utiles et vous permettre d'avoir accès à un réseau complet dans l'industrie : contacts, acheteurs, investisseurs, fournisseurs et distributeurs.

Envisagez-vous de vous engager dans un partenariat?

M^{me} Dedhar propose quelques recommandations à ce sujet :

1. Renseignez-vous au sujet de votre partenaire potentiel afin de confirmer s'il s'agira du bon partenaire. Ce dernier doit ajouter de la valeur et posséder une expérience dont vous pourrez tirer profit.
2. Établissez la proportion de contrôle que vous êtes prête à céder. Dans quelle mesure avez-vous besoin d'intervenir?
3. Soyez consciente de vos limites. Le partenariat affaiblira-t-il votre marque? Les choses changent lorsque d'autres personnes font partie de l'équation.
4. Travaillez avec le SDC. Les délégués commerciaux peuvent vous présenter à des partenaires potentiels et vous aider à déterminer quels avantages vous pourriez tirer de ces partenariats.



Partout où vous faites des affaires
**Le Service des délégués
commerciaux du Canada**
deleguescommerciaux.gc.ca

\$ TROUVER LES CAPITAUX POUR FINANCER VOS ACTIVITÉS INTERNATIONALES

Vous cheminez sur la voie de la croissance à l'échelle internationale, et votre prochaine étape consiste à trouver les fonds qui vous permettront d'aller de l'avant. La recherche de financement exige de la patience et de la persévérance. Bien menée, cette démarche peut donner d'excellents résultats.

Par où commencer? Nous vous proposons ici les perspectives de trois professionnels : Thierry Weissenburger, délégué commercial principal à Boston, Étienne Grall, Exportation et Développement Canada (EDC), et Meghan Dear, PDG, Localize.



Meghan Dear, PDG
Localize

À quel moment devrais-je penser à du financement

Meghan : « Assurez-vous d'être prête. Pendant trois ans, j'ai financé moi-même Localize, puis j'ai adopté une démarche d'expansion de l'entreprise très stratégique. Mon entreprise suscitait l'intérêt des investisseurs, et j'ai pris le temps d'évaluer ceux que je voulais dans notre entourage. »

Pourquoi chercher du financement?

Meghan : « Le financement offre une voie directe vers la croissance. Nous avons évalué ce qu'il fallait faire pour évoluer graduellement et pénétrer le marché des États-Unis : améliorer notre produit, embaucher d'autres concepteurs de logiciels et délaisser notre démarche de développement des affaires fondée sur le « porte à porte » afin d'en adopter une plus stratégique. »

Quelles options de financement s'offrent à moi?

Thierry : « Bon nombre d'entrepreneurs se lancent seuls et obtiennent des capitaux en invitant leurs familles et amis à investir dans leur entreprise. Pour réunir des quantités plus importantes de capital, il existe d'autres options : un financement par l'intermédiaire de votre banque ou de la Banque de développement du Canada (BDC), qui a récemment alloué 700 millions de dollars de fonds existants pour financer des entreprises détenues par des femmes. Pour les entreprises à forte croissance, un financement par actions ou capital de risque constituent également des options. »

Comment EDC peut-elle m'aider?

Étienne : « Les produits financiers d'EDC facilitent la tâche aux entreprises qui souhaitent exercer des activités à l'étranger, de même qu'à leur banques. Son Assurance comptes clients vous garantit

que vous serez payée pour ce que vous vendez. Et le financement qu'elle offre aux clients aide votre client international à acheter votre produit. Vous exécutez un gros contrat? Le Programme de garanties d'exportations d'EDC peut fournir à votre banque une garantie de prêt pouvant aller jusqu'à 100 p. 100 de la valeur du contrat pour lui permettre de financer vos coûts. »

Comment le SDC peut-il m'aider?

Thierry : « Nous vous aidons à cibler des investisseurs que votre entreprise pourrait intéresser. Si vous participez à certains de nos programmes spécialisés, comme le programme Accélérateurs technologiques canadiens, nous nous assurons que vous avez une présentation solide, vous mettons en contact avec des mentors canadiens qui connaissent le marché et vous prodiguons des conseils pour vous aider à attirer l'investissement. »

TROUVER DU FINANCEMENT À L'APPUI DE VOTRE CROISSANCE

L'Association atlantique des Corporations au bénéfice du développement communautaire | Commerce général, innovation, entreprise sociale et les prêts aux jeunes cbdc.ca/fr

Banque de développement du Canada | Fonds de la BDC pour les entreprises détenues par des femmes bdc.ca

Les femmes d'affaires en commerce international | Information pancanadienne sur les programmes gouvernementaux de subvention et de financement femmesdaffairesencommerce.gc.ca

Service des délégués commerciaux du Canada | Nouveau financement annoncé dans le budget de 2015. Communiquer avec FACI pour obtenir des détails deleguescommerciaux.gc.ca

Exportation et développement Canada | Les solutions de financement et d'assurance pour les exportateurs edc.ca

Accès aux marchés d'exportation | Programme d'expansion internationale des affaires destiné aux entreprises de l'Ontario exportaccess.ca/fr

Programme d'aide à la recherche industrielle | Le financement des services pour soutenir l'innovation et accélérer la croissance nrc-cnrc.gc.ca/irap-pari

Industrie Canada | Information sur le financement des entreprises par le gouvernement entreprisescanada.ca/fra

Initiative pour les femmes entrepreneurs | Prêts pour les femmes d'affaires de l'Ouest canadien wd.gc.ca/fra

« Conseil avisé : soyez rigoureuse

« Les meilleurs conseils que je peux vous donner en ce qui concerne l'exportation? Sollicitez l'appui de comptables et d'avocats qualifiés pour vous aider à maîtriser les règles des différents marchés. Assistez à des salons professionnels tout d'abord en tant que visiteur pour en déterminer le potentiel. Pour augmenter vos ventes, essayez de forger des partenariats avec des fournisseurs non concurrents. Lorsque vous faites votre entrée sur le marché, travaillez avec des distributeurs, mais prenez soin de ne pas mettre tous vos œufs dans le panier d'un même distributeur. Ils ne sont pas aussi passionnés par vos produits que vous l'êtes. »

Cheryl Dawn Smith, Hortygirl
Langley (Colombie-Britannique)

SERVICES SOUTIEN AUX ENTREPRENEURS ET EXPORTATEURS

Service des délégués commerciaux du Canada | Offre des renseignements sur le terrain et des conseils pratiques au Canada et dans plus de 175 villes du monde deleguescommerciaux.gc.ca ou 1-888-306-9991

CanadExport | Des articles et les nouvelles les plus récentes sur les affaires à l'échelle internationale canadexport.gc.ca

Réseau Entreprises Canada | Réseau de 400 services aux entreprises partout au Canada qui apportent du soutien aux entrepreneurs entreprisescanada.ca/fra ou 1-888-576-4444 (TTY 1-800-457-8466 malentendants)

Base de données avec accès gratuit des femmes propriétaires d'entreprises | Faites la promotion de vos produits et services dans le monde. Cinq millions d'acheteurs nationaux et internationaux, de distributeurs et de partenaires la consultent chaque année ic.gc.ca/faci

Gouvernement du Canada | Les organismes fédéraux par région

- » Agence de promotion économique du Canada atlantique (voir l'Initiative Femmes en affaires) acoa-apeca.gc.ca
- » Développement économique Canada pour les régions du Québec dec-ced.gc.ca
- » Agence canadienne de développement économique du Nord CanNor.gc.ca
- » Agence fédérale de développement économique pour le Sud de l'Ontario FedDevOntario.gc.ca
- » FedNor (Ontario) fednor.gc.ca
- » Diversification de l'économie de l'Ouest Canada wd-deo.gc.ca

FAITES CONNAÎTRE VOTRE ENTREPRISE - GRATUITEMENT - DANS LE MONDE ENTIER

Accédez instantanément à un monde de possibilités pour les femmes d'affaires canadiennes. Inscrivez-vous à notre annuaire spécialisé des femmes propriétaires d'entreprises et placez votre entreprise sur le radar mondial.

« Ce répertoire est une excellente ressource pour les femmes entrepreneures. Profitez-en! Chaque année, 5 millions d'acheteurs nationaux et internationaux, de distributeurs et de partenaires consultent la base de données. Faites en sorte qu'ils vous trouvent », déclare Zoe Hawa, déléguée commerciale, FACI.

Inscrivez-vous aujourd'hui à ic.gc.ca/faci.

**PLANIFIEZ VOTRE PROCHAIN VOYAGE
D'AFFAIRES. VISITEZ LE SITE VOYAGE.GC.CA**

Services consulaires

Voyager au féminin
LA SÉCURITÉ AVANT TOUT



À VOS MARQUES, PRÊTES, PARTEZ! VOTRE LISTE DE CONTRÔLE AVANT D'EXPORTER

- » Évaluez le potentiel d'exportation de votre entreprise
- » Élaborez votre plan d'exportation
- » Déterminez vos marchés cibles
- » Demandez des conseils à des experts
- » Préparez votre stratégie de marketing
- » Obtenez du financement pour les exportations
- » Trouvez un partenaire (ou déterminez si vous en avez besoin d'un)
- » Établissez votre stratégie d'entrée sur le marché
- » Obtenez vos permis d'exportation
- » Validez vos canaux de distribution
- » Obtenez de l'aide juridique relative aux contrats
- » Souscrivez une assurance à l'exportation et une assurance transport
- » Préparez votre produit ou service pour les exportations

Cette liste de contrôle est une adaptation du *Guide pas-à-pas à l'exportation* qui est disponible en ligne sur le site deleguescommerciaux.gc.ca.



Le groupe FACI a dirigé une séance de discussion en groupe intitulée « From Domestic to International: Your Gateway to Success » (De l'échelon national à l'échelon international : la clé de votre succès), à l'occasion du Forum des femmes chefs d'entreprise tenu le 24 mars 2015, à Ottawa. L'événement a été animé par la ministre du Travail et ministre de la Condition féminine, l'honorable D^{re} K. Kellie Leitch. Son objectif? Assurer l'accès des entrepreneures à des réseaux, à de l'information et à des ressources qui appuieront la croissance de leur entreprise.

« Conseil avisé : faites des choix stratégiques

« J'ai appris à être attentive par rapport aux marchés que nous desservons et à rester fidèle à ce qui confère du succès à nos produits. Nous n'innovons pas pour le court terme : les tendances du genre « poudre aux yeux ». L'innovation dans notre environnement n'est pas la grande idée unique qui va révolutionner le monde. Nous veillons à être cohérentes dans nos innovations de produits, par exemple, l'ajout de desserts sans gluten certifiés en fonction des demandes des consommateurs.

Mon conseil? Développez les relations publiques au niveau local et la demande des consommateurs, étudiez vos objectifs de livraison, de distribution et de ventes locales. Mettez vos produits à la disposition des bonnes personnes et au bon endroit. Dans le monde des desserts et du chocolat, cela signifie participer à des programmes d'échantillonnage des supermarchés, à des concours de pâtisserie au niveau international et remporter des prix à des foires commerciales. Cela signifie offrir des échantillons aux critiques alimentaires influents et aux éditeurs, blogueurs et autres médias sociaux influents. »

Daniele Bertrand, Dufflet Pastries
Toronto (Ontario)

LES RÉSEAUX ET ASSOCIATIONS DE FEMMES D'AFFAIRES

Commencez ici pour vous mettre en contact avec des organisations et groupes axés sur le travail avec les femmes d'affaires.

Alberta Women Entrepreneurs
awebusiness.com

Association des femmes
d'affaires francophones
afaf.ca

Canadian Aboriginal and
Minority Supplier Council
camsc.ca

Canadian Association of Women
Executives and Entrepreneurs
cawee.net

Canadian Association of
Women in Business Network
womeninbiznetwork.com

Canadian Women in Technology
canwit.ca

Catalyst catalyst.org

Centre d'entrepreneuriat
féminin du Québec
cefq.ca

Centre d'entreprise des femmes (Manitoba)
wecm.ca

Centre for Women in Business
(Nouvelle-Écosse)
centreforwomeninbusiness.ca

Company of Women
companyofwomen.ca

DigitalEve (Nouveaux médias)
digitaleve.org

Femmes en Aérospatiale Canada
wia-canada.org

Femmes en affaires Nouveau-Brunswick
wbnb-fanb.ca/?lang=1

Forum for Women Entrepreneurs
fwe.ca

Les femmes en communications
et technologie
wct-fct.com/fr

Newfoundland & Labrador Organization
of Women Entrepreneurs
nlowe.org

Organization of Women
in International Trade (OWIT)
owit.org

OWIT-Ottawa owit-ottawa.ca
OWIT-Toronto owit-toronto.ca

PARO Centre for Women's Enterprise
(Nord de l'Ontario)
paro.ca

Prince Edward Island Business
Women's Association
peibwa.org

Professional Women's Network
pwncanada.ca

Réseau des Femmes
d'affaires du Québec
rfaq.ca

Réseau des femmes exécutives
wxnetwork.com/fr

Réseau Femmessor
femmessor.com

Rotman Initiative for Women in
Business - University of Toronto
women.rotman.utoronto.ca

Society for Canadian Women
in Science and Technology
scwist.ca

WBE Canada
wbecanada.org

WBOM Women in Business (Manitoba)
wbom.ca

WEConnect International in Canada
weconnectinternational.org

Women Advancing
Microfinance Canada
waminternational.org

Women Entrepreneurs
of Saskatchewan
womenentrepreneurs.sk.ca

Women in Film & Television Toronto
wift.com

Women in Leadership Foundation
womeninleadership.ca

Women of Influence
womenofinfluence.ca

Women Presidents' Organization
womenpresidentsorg.com

Women's Business Network (Ottawa)
womensbusinessnetwork.ca

Women's Enterprise Centre
(Colombie-Britannique)
womensenterprise.ca

Women's Enterprise Organizations
of Canada
weoc.ca

Young Women in Business
ywib.ca

Femmes d'affaires en commerce international est publié annuellement par
Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada.

Rédactrices en chef du bulletin :

Josie L. Mousseau, directrice adjointe
Femmes d'affaires en commerce international
josie.mousseau@international.gc.ca
343-203-8342

Zoe Hawa, déléguée commerciale
Femmes d'affaires en commerce international
zoe.hawa@international.gc.ca
343-203-2763

RESTEZ EN CONTACT AVEC FACI

La coordinatrice de l'information du groupe
FACI, Miriam Lopez-Arbour, vous invite à vous
connecter au site Web et au groupe LinkedIn du
groupe. Abonnez-vous à notre liste de distribution
(femmesdaffairesencommerce.gc.ca)
et sollicitez l'expertise des 1 400 membres
de notre groupe LinkedIn ([linkd.in/bwit-faci](https://www.linkedin.com/company/faci)).
N'oubliez pas, l'union fait la force!

© Sa Majesté la Reine du Canada, représentée par le ministre du
Commerce international, 2015

Numéro de catalogue : FR5-22/2015 | 1922-3781

femmesdaffairesencommerce.gc.ca

Partout où vous faites des affaires
Le Service des délégués
commerciaux du Canada

deleguescommerciaux.gc.ca



business WOMEN 2015

in international trade

DOCS
CA1
EA163
B77
EXP
no.
2015
Copy 1



EXPORTING: A WORLD OF OPPORTUNITIES

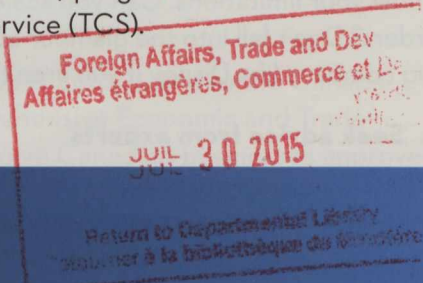
The signs of today's vibrant global marketplace are all around us: online, in stores and in the products we use every day. We buy from other countries. Why not sell to them, too? As a Canadian business woman, your goods and services are worthy of international attention, and the payback is often far more rewarding than what you can achieve in Canada alone.

That's exactly why Vancouver's Lindsay Nahmiache is opening a Jive Communications office in Los Angeles. She believes the risks of pursuing new markets are worth the rewards. "Our Toronto and Vancouver clients need public relations support in L.A. The decision is a calculated risk because we know the market. We looked at our business in Canada and asked whether it could sustain our existing staff and overhead during the expansion. The answer was, 'Yes, so let's do it!'"

Take a strategic approach

Whether you're already doing business abroad, or just getting started, a strategic approach is essential to exploring new markets and maximizing your returns. Where do you start? Connect with the Business Women in International Trade (BWIT) program and the Canadian Trade Commissioner Service (TCS).

[continued on page 2]



IN THIS ISSUE

- Exporting: A world of opportunities 1-2
- Five steps to your next market..... 2
- Free trade: Your global gateway..... 3
- Fast-track your global sales with e-commerce..... 4
- Building bridges with partnerships..... 5
- Raising capital: Financing your global ventures..... 6
- Services to support entrepreneurs and exporters 7
- Women's business networks and associations..... 8

BUILDING ON OUR MOMENTUM

The year 2014 was the most successful for trade in Canadian history. It was a pivotal year for Canadian small and medium-sized enterprises (SMEs), with the conclusion of the Canada-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) and the coming into force of the Canada-Korea Free Trade Agreement (CKFTA).

CETA will create new opportunities for Canadian companies across the European Union, a market of more than 500 million consumers. It is expected to boost Canada's economy by \$12 billion annually and increase bilateral trade by 20%.

CKFTA is expected to contribute \$1.7 billion each year to Canada's economy and increase Canadian exports to South Korea by 32%. It will provide a gateway for Canadian businesses into the growing and dynamic Asian marketplace.

Our government will continue to implement our trade strategy to support your global growth. We want to be the strong partner that SMEs can depend on to export successfully.

As Canadian business women, your potential to help grow the Canadian economy through trade is immense. This newsletter is here to provide step-by-step advice and direct you to our many valuable resources.

Together, we can continue to build on our momentum. We encourage you to take part in one of our trade missions, access the services offered by BWIT and the TCS, and participate in one of our 'Go Global' export workshops. We are committed to working shoulder to shoulder with you on your path to export success.



The Honourable
Ed Fast
Minister of
International Trade



The Honourable
Dr. K. Kellie Leitch
Minister of Labour
Minister of Status
of Women





EXPORTING: A WORLD OF OPPORTUNITIES

[continued from page 1]

“Let us know about the markets you’re interested in pursuing. We can discuss the market research you’ve already done and help identify additional sources of intelligence,” explains Vancouver-based Trade Commissioner Victoria Hayes. “Once you’ve developed a business strategy for your target markets, we can connect you with our colleagues in those regions for on-the-ground advice and support. We can also help you identify the contacts required to move your business forward in those markets, whether you need foreign buyers, partners or other parties who may be interested in your product or service.”

Target promising markets and sectors

With the Government of Canada supporting your efforts, you are steps ahead of those who do it alone. The Global Markets Action Plan concentrates Canada’s efforts on the markets and sectors that hold the greatest promise for Canadian businesses.

This ambitious trade plan is yielding results. Canada has opened up critical markets through free trade agreements with South Korea and the European Union. We now have a total of 11 agreements in place, and we are involved in negotiations with more than 60 countries. Our exports to the world are increasing. For the first time, our two-way trade surpassed \$1 trillion in 2014.

Take steps to ensure your success

As for Nahmiache, she has some final words of advice if you’re planning your own expansion. “Reach out to people in your professional network with exporting experience. Align your approach with your existing business. Work with BWIT and take part in their events and trade missions. You’ll learn so much. I know I did.”



Lindsay Nahmiache, Co-owner
Jive Communications

Are you ready to take on the world?

Take the BWIT Export Readiness Survey to find out. You’ll also discover aspects of your business or export plan that you may need to focus on before you decide to go global. It takes only 5-10 minutes to complete. Visit tradecommissioner.gc.ca/bwitsurvey-exporting.



FIVE STEPS TO YOUR NEXT MARKET

You’re ready to set your sights on new markets: where do you start? Rashma Agarwal, the Senior Trade Commissioner in Los Angeles, and Wendy Weir, owner of loose leaf tea glass company, Libre, offer their advice:

1. Explore your potential

“Figure out what’s different about your product or service that will resonate in your chosen market. Research your potential and what sets you apart from the competition. Then take baby steps. Look at how much work is involved: Can you take it on? Are the regulations easy to navigate? Consider a local partner or distributor. The TCS can play an important role in helping companies achieve success faster.” - Rashma

2. Understand your customers’ needs

“Knowing who we’re targeting is everything. It’s why we’ve been successful in the U.K. We knew that loose leaf tea was embedded in the yoga lifestyle, but the rest of the country uses tea bags. We exhibited at a big yoga trade show and our U.K. business took off from there.” - Wendy

3. Focus your efforts

“Don’t jump into a market too fast. The U.S., for example, is a collection of diverse regional markets each with their own opportunities and challenges. A customized approach for each market is required when pursuing opportunities.” - Rashma

4. Be ready to deliver

“Consider your market carefully, even if it’s a small one. Know your limitations. Can you scale up to deliver on large orders? Don’t fall into the glamour opportunity of selling to a big company like Disney if you aren’t ready for it.” - Rashma

5. Seek advice from experts

“The TCS gave us distributor leads and local market knowledge. Then we researched our options. We now stock our products in Los Angeles, Vancouver, the U.K. and Australia for easy distribution to our customers.” - Wendy

BENEFITS OF EXPORTING

- » Boost your sales and profits
- » Gain economies of scale
- » Reduce your company’s vulnerability
- » Gain new knowledge and experience
- » Increase your competitiveness - in Canada and internationally

FREE TRADE: YOUR GLOBAL GATEWAY



Tara Kelly, President and CEO
Splice Software

Tara Kelly knows a great opportunity when she sees one. As President and CEO of Calgary-based Splice Software, she is expanding the company's international footprint in countries that have signed free trade agreements (FTAs) with Canada.

"Free trade significantly reduces the risk for our global expansion," explains Kelly.

"Canada's FTAs provide a consistent framework from market to market. I know how to make the agreement's principles work for us at all levels - cash flow, hiring and taxation."

With 11 free trade agreements in place, the doors to countries such as Chile, Colombia, Israel, Jordan, Mexico, Peru and the U.S., among others, are wide open to Canadian business women. Recently, the Canada-Korea Free Trade Agreement (CKFTA) came into force, levelling the playing field for Canadians and eliminating tariffs in a broad range of sectors, such as agri-food products, fish and seafood, forestry products and industrial goods.

Mariette Mulaire, President and CEO of the World Trade Centre Winnipeg, has joined two trade missions to South Korea over the past year.

"We're targeting the market because it's an excellent entry point into Asia. South Korean business people have an expression that means, 'Let's go. Let's do it.' They have a hunger to get down to business - and that approach works well with Canadians."

As for Kelly, her next step is Europe, where the Canada-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) will give Canadian businesses improved access to 500 million people and the world's largest economy. The agreement will eliminate 98% of tariffs on non-agricultural products, and close to 94% on agricultural products. Opportunities for Canadian business women abound in sectors such as agri-food, automotive, chemicals, forestry products, minerals, plastics, processed and manufactured goods, and professional services.

"Canada has strong relationships with Europe and we've established a reputation for high quality, fair contracts and trustworthiness," says Kelly. "We should be proud of the free trade groundwork we've laid. It allows us to bring more international dollars back into Canada and build strong markets."



EXPORTING? MAKE BWIT YOUR FIRST STOP

In a business world that is information rich and time starved, creating a solid network of expert advisors can make all the difference to focusing your export efforts. After all, you need quick and simple access to the programs, resources and expertise that will help you succeed globally. The BWIT program is designed to fill that need.

Export consultant Deborah Youden works with the Newfoundland and Labrador Organization of Women Entrepreneurs. She says that BWIT is her 'go to' resource when it comes to serving her clients with expert advice, women-focused trade missions, partnership opportunities or connecting with in-market contacts.

"BWIT is one of my first stops when I work with clients. They have incredible contacts throughout the world," says Youden. "They work extremely hard to create high value international experiences for our business women. I've participated in a number of their trade missions and the experience for our business women is phenomenal."

“ Did you know?

The Canadian Trade Commissioner Service operates in over 175 cities worldwide and serves 15,000+ clients each year. The TCS offers four key services:

1. Preparing for international markets
2. Assessing market potential
3. Finding qualified contacts
4. Resolving problems

The TCS provides access to market reports, accelerator programs and trade missions. To find out more, visit tradecommissioner.gc.ca.



Deputy Minister T. Christine Hogan and Chief Trade Commissioner, Susan Bincoletto, participate in a site visit to Imprint Plus, a successful global woman-owned company in Richmond, BC and a client of the Trade Commissioner Service.



FAST-TRACK YOUR GLOBAL SALES WITH E-COMMERCE

When Newfoundland seamstress Bonnie Cook received her first request for a true-to-Hollywood version of Keanu Reeves' Matrix jacket in 2002, she could never have predicted that she'd be exporting to 53 countries in a little over a decade. Today, AbbyShot is a world leader in creating screen-accurate clothing from TV series, sci fi and gaming. With most of its business conducted through online sales, AbbyShot has been growing at an exponential rate. We turned to Grace Shears, Risk Manager at AbbyShot, to discover the secrets to the company's online success.



Grace Shears, Risk Manager
AbbyShot

Get social with SEO

"AbbyShot is always exploring new ways to improve our search engine optimization (SEO) results to reach more customers. We're very active on LinkedIn, Facebook, YouTube and Twitter, plus we blog. We make videos, run contests and genuinely get to know our customers."

Know when to grow – and how to get there

"There was a time that all of our production happened in Mount Pearl, Newfoundland. We couldn't keep up with demand, so we turned to a sourcing company to find offshore manufacturers. We established solid relationships with our new suppliers and tucked them firmly under our AbbyShot wing."

Consider offshore production quality control

"Our quality standards are high, so we work with a global inspection agency. They inspect our inventory and oversee our quality control process. They send us a detailed pre-shipment report with pictures and measurements. It must be up to the standards that we have set for our customers, and that our customers set for us."

Move your inventory closer to your customers

"We took the brave step of moving 95% of our inventory out of Canada to get it closer to our customers. With fulfillment houses in North Carolina and Northern Ireland, our customers save on cross-border shipping and duties."

Be willing to shift gears with your online strategy

"When we started distributing out of Europe and the U.S., we created three websites, but we discovered that they were competing with one another. We decided to create a whole new website with a new platform and new look and this increased our SEO and traffic to the site."

Turn to the experts for advice and support

"We've had a massive amount of help from the federal and provincial governments. At AbbyShot, we believe that what you put out there is what you get back. Reaching out to the BWIT team for answers has given us remarkable success."

“ Sound advice: Seek in-market expertise

"Call in the experts you need to make your e-business successful. Set up meetings with in-country marketing advisors who can tell you how to reach your target customers online. They can focus on your product or service, how to position it, the most popular search engines, the keywords people use to search for your product or service, and the in-country websites where you should spend your advertising dollars. That kind of knowledge is worth the investment."

Kathryn Aleong, Senior Trade Commissioner
Halifax, NS

SAVE THE DATE!

June 21-26, 2015
**BWIT Trade Mission to
WBENC National Conference
and Business Fair**
Austin, Texas
confwbenc.org

November 12-13, 2015
**Power the Economy
WEConnect International in
Canada National Conference**
Toronto, Ontario
weconnectinternational.org

September 17-19, 2015
**BWIT Trade Mission to GFTG
Conference and Business Fair**
Orlando, Florida
goforthegreens.org

March 8, 2016
**International Women's Day
Up-to-date information and
events at:**
internationalwomensday.com

For up-to-date event information, connect with us on LinkedIn at linkd.in/bwit-faci. You can also sign up to receive alerts by visiting our website at businesswomenintrade.gc.ca.



BUSINESS WOMEN TAKE FLIGHT

Have you considered participating in a women-focused trade mission? Designed with your global success in mind, these missions bring together dynamic women who want their businesses to take off in new markets.

The BWIT team is leading two missions in 2015. The WBENC mission will take place from June 21-26 in Austin, Texas. WBENC is the largest U.S. business fair for women-owned enterprises and one of the best places to meet buyers from Fortune 500 firms with supplier diversity programs. These programs earmark millions of dollars to source products and services from groups such as women-owned businesses, who are not traditionally included in the supply chain.

Edmonton's Faith Grant, a partner in Rejuvenation Health Services, is planning to attend her third WBENC mission. "With each one, we've learned to be more precise about how we present our value proposition," explains Grant. "This year, I know which buyers I want to meet and I'm designing specific pitches for each of them."

BWIT will also lead a mission to the Go for the Greens Conference in Orlando, Florida from September 17-19. This unique event offers exclusive access to companies, government agencies, non-profits and associations that can help women-owned businesses secure contracts.

"Trade missions such as these give women access to educational sessions and one-on-one meetings with buyers. You'll also identify sales leads and partnership opportunities that will help your business grow," says Josie Mousseau, Deputy Director, Canadian Business Women in International Trade.

For more information about these missions and others, contact the BWIT team at bwit@international.gc.ca.

BUILDING BRIDGES WITH PARTNERSHIPS

Montreal entrepreneur Josée Dufour is ready to grow. Her business, Axiomatech, manages maintenance of commercial, industrial and institutional buildings, helping them meet strict guidelines and identify potential issues before they become problems.



Josée Dufour, President
Axiomatech

Partnerships are enabling Dufour to expand into new markets and land more clients.

"We've partnered with a large women-owned firm with an excellent presence in the U.S. and Europe," explains Dufour. "It makes us a strong force, and it's opening up new markets for us."

Ruth Vachon, CEO of the Réseau des Femmes d'affaires du Québec, says partnerships like these create solid opportunities and lasting relationships.

"Often, the size of their business doesn't permit women to sell to large firms who want to buy from them through supplier diversity programs. When women work together, they can go for much larger contracts."



Ruth Vachon, CEO
Réseau des Femmes
d'affaires du Québec

Are you ready to partner?

New York City based Trade Commissioner Alia Dedhar says that if you're having trouble accessing new markets or signing new clients, it's time for a partner. A local partner - or a Canadian or foreign company doing business in your target market - can offer valuable market intelligence and access to a full network of industry contacts, buyers, investors, suppliers and distributors.

Thinking about partnering?

Dedhar offers these recommendations:

1. Research your partner to confirm they will be a good fit. They should add value and have experience you can leverage.
2. Figure out how much control you're willing to give up. How involved do you need to be?
3. Know your limits. Will the partnership erode your brand? Things change when other people get involved.
4. Work with the TCS. Trade commissioners can introduce you to potential partners and help you figure out how the partnership can work to your advantage.



Everywhere you do business
**The Canadian Trade
Commissioner Service**

tradecommissioner.gc.ca

\$ RAISING CAPITAL: FINANCING YOUR GLOBAL VENTURES

You're on the path to international growth and your next step is to find the funds to make it happen. Sourcing financing takes patience and persistence. Done right, it can yield huge rewards.

Where do you start? Consider these three perspectives from Boston-based Senior Trade Commissioner Thierry Weissenburger, Export Development Canada's (EDC) Etienne Grall, and CEO of Localize, Meghan Dear.



Meghan Dear, CEO
Localize

When should I think about financing?

Meghan: "Be sure you're ready. I bootstrapped Localize with my own funds for three years, then took a very strategic approach to growing the business. I had interest from investors, but I took my time to see who we wanted at the table."

Why seek financing?

Meghan: "Financing offers a direct route to growth. We evaluated what we needed to do to scale up and enter the U.S.: develop our product, hire more software developers and move our market development from door-knocking to something more strategic."

What are my financing options?

Thierry: "Many entrepreneurs bootstrap and find capital by getting family and friends to invest in their company. For larger amounts of capital, there are other options: financing through your bank or BDC, which recently earmarked \$700 million of existing funds to finance women-owned businesses. For high-growth potential businesses, equity financing or venture capital are also options."

What can EDC offer me?

Etienne: "EDC's financial products help make it easier for companies and their banks to undertake business outside of Canada. EDC's Accounts Receivables Insurance ensures that you will be paid for your sales. Customer financing helps your

» **Equity financing** happens when you sell shares in your business to raise money (friends and family, private equity companies or initial public offering).

» **Venture capital** (or risk capital) is private investment that gives investors a sizeable stake in your company.

international customer buy from you. Delivering on a big contract? EDC's Export Guarantee Program can provide your bank up to a 100% loan guarantee so that they can finance your costs."

What can the Trade Commissioner Service do to help?

Thierry: "We can help you target investment firms that might consider investing in your business. If you join some of our specialized programs such as the Canadian Technology Accelerator, we make sure you have a solid pitch, connect you with Canadian mentors who know the market, and offer advice to help you attract investment."

FIND FINANCING TO SUPPORT YOUR GROWTH

Atlantic Association of Community Business Development Corporations | General business, innovation, social enterprise and youth loans cbdc.ca

Business Development Bank of Canada | Fund for Women-Owned Businesses bdc.ca

Business Women in International Trade | Canada-wide information on government funding and financing programs businesswomenintrade.gc.ca

Canadian Trade Commissioner Service | New funding announced in Budget 2015. Contact BWIT for more information tradecommissioner.gc.ca

Export Development Canada | Financing and insurance solutions for exporters edc.ca

Export Market Access | Global Expansion Program for Ontario businesses exportaccess.ca

Industrial Research Assistance Program | Funding services to support innovation and accelerate growth nrc-cnrc.gc.ca/irap-pari

Industry Canada | Information on government financing for businesses canadabusiness.ca

Women's Enterprise Initiative | Loans for Western Canadian business women wd.gc.ca

“ Sound advice: Be thorough

"My best exporting lessons? Get knowledgeable accountants and lawyers to help you navigate the rules in different markets. Attend trade shows first as a visitor to evaluate their potential. To grow your sales, look for opportunities to team up with non-compete suppliers. Work with distributors when you first enter a market, but don't get caught with all your eggs in one distributor's basket. They are not as passionate about your product as you are."

Cheryl Dawn Smith, Hortygirl
Langley, BC

SERVICES TO SUPPORT ENTREPRENEURS AND EXPORTERS

Canadian Trade Commissioner Service | On-the-ground intelligence and practical advice in Canada and 175+ cities worldwide tradecommissioner.gc.ca or 1-888-306-9991

CanadExport | Articles and the latest news on doing business internationally canadexport.gc.ca

Canada Business Network | Network of 400 business service centres across Canada to support entrepreneurs canadabusiness.ca or 1-888-576-4444 (TTY 1-800-457-8466 hearing impaired)

Free database of women-owned businesses | Promote your products and services to the world. Five million domestic and international buyers, distributors and partners access it each year ic.gc.ca/bwit

Government of Canada | Federal agencies by region

- » Atlantic Canada Opportunities Agency (see the Women in Business Initiative) acoa-apeca.gc.ca
- » Canada Economic Development for Quebec Regions dec-ced.gc.ca
- » Canadian Northern Economic Development Agency CanNor.gc.ca
- » Federal Economic Development Agency for Southern Ontario FedDevOntario.gc.ca
- » FedNor (Ontario) fednor.gc.ca
- » Western Economic Diversification Canada wd-deo.gc.ca

MARKET YOUR BUSINESS – FOR FREE – WORLDWIDE

Get instant access to a world of opportunities for Canadian business women. Register with our specialized directory of women-owned businesses – and put your company on the global radar.

“This directory is a great resource for women entrepreneurs. Take advantage of it. Each year, 5 million domestic and international buyers, distributors and partners search the database. Make sure they find you,” says Zoe Hawa, Trade Commissioner, BWIT.

Sign up today at ic.gc.ca/bwit.

PLAN YOUR NEXT BUSINESS TRIP. VISIT TRAVEL.GC.CA

Consular Services

Her Own Way
A WOMAN'S SAFE-TRAVEL GUIDE



READY, SET, GO! YOUR EXPORTING CHECKLIST

- » Assess your export potential
- » Develop your export plan
- » Identify your target market(s)
- » Seek advice from the experts
- » Prepare your marketing strategy
- » Secure export financing
- » Find a partner (or decide if you need one)
- » Determine your market entry strategy
- » Get your export permits
- » Confirm your distribution channel(s)
- » Obtain legal advice on contracts
- » Purchase export and transportation insurance
- » Prepare your product/service for export

This checklist was adapted from the *Step-by-Step Guide to Exporting*, which is available online at tradecommissioner.gc.ca



BWIT led the panel session, From Domestic to International: Your Gateway to Success, at the Women Entrepreneurs Forum on March 24, 2015 in Ottawa. The event was hosted by the Honourable Dr. K. Kellie Leitch, Minister of Labour and Minister of Status of Women. Its goal? To connect women entrepreneurs to networks, information and resources to support their growth.

“ Sound advice: Be strategic

“I’ve learned to be conscious of the markets we serve and to stay true to what we know works for our products. We don’t innovate for the short-term, flash-in-the-pan trends. Innovation in our environment is not about the big one-time idea that will change the world. It is about consistency of product innovation, like adding certified gluten-free desserts to our line, which was wholly driven by consumer demand.

My advice? Foster local PR and consumer demand, and research local delivery, distribution and retail objectives. Make your products available to the right people in the right place. In the world of desserts and chocolates, that means supermarket sampling programs, international pastry competitions and trade show awards. It means getting samples into the mouths of influential food critics and editors, bloggers and other social media influencers.”

Daniele Bertrand, Dufflet Pastries
Toronto, ON

WOMEN'S BUSINESS NETWORKS AND ASSOCIATIONS

Start here to connect with organizations and groups dedicated to working with women in business.

Alberta Women Entrepreneurs
awebusiness.com

Association des femmes
d'affaires francophones
afaf.ca

Canadian Aboriginal and
Minority Supplier Council
camsc.ca

Canadian Association of Women
Executives and Entrepreneurs
cawee.net

Canadian Association of
Women in Business Network
womeninbiznetwork.com

Canadian Women in Technology
canwit.ca

Catalyst catalyst.org

Centre for Women in Business (Nova Scotia)
centreforwomeninbusiness.ca

Company of Women
companyofwomen.ca

DigitalEve (New Media)
digitaleve.org

Forum for Women Entrepreneurs
fwe.ca

Newfoundland & Labrador Organization
of Women Entrepreneurs
nlowe.org

Organization of Women
in International Trade (OWIT)
owit.org

OWIT-Ottawa owit-ottawa.ca
OWIT-Toronto owit-toronto.ca

PARO Centre for Women's Enterprise
(Northern Ontario)
paro.ca

Prince Edward Island Business
Women's Association
peibwa.org

Professional Women's Network
pwncanada.ca

Réseau des Femmes d'affaires
du Québec
rfaq.ca

Réseau Femmessor
femmessor.com/eng

Rotman Initiative for Women in
Business - University of Toronto
women.rotman.utoronto.ca

Society for Canadian Women
in Science and Technology
scwist.ca

WBE Canada
wbecanada.org

WBOM Women in Business (Manitoba)
wbom.ca

WEConnect International in Canada
weconnectinternational.org

Women Advancing
Microfinance Canada
waminternational.org

Women Entrepreneurial
Center of Québec
cefq.ca

Women Entrepreneurs
of Saskatchewan
womenentrepreneurs.sk.ca

Women in Aerospace Canada
wia-canada.org

Women in Business
New Brunswick
wbnb-fanb.ca

Women in Communications
and Technology
cwc-afc.com

Women in Film & Television Toronto
wift.com

Women in Leadership Foundation
womeninleadership.ca

Women of Influence
womenofinfluence.ca

Women Presidents' Organization
womenpresidentsorg.com

Women's Business Network (Ottawa)
womensbusinessnetwork.ca

Women's Enterprise Centre (BC)
womensenterprise.ca

Women's Enterprise Centre (Manitoba)
wecm.ca

Women's Enterprise Organizations
of Canada
weoc.ca

Women's Executive Network
wxnetwork.com

Young Women in Business
ywib.ca

Business Women in International Trade is published annually by Foreign Affairs,
Trade and Development Canada.

Newsletter Editors:

Josie L. Mousseau, Deputy Director
Business Women in International Trade
josie.mousseau@international.gc.ca
343-203-8342

Zoe Hawa, Trade Commissioner
Business Women in International Trade
zoe.hawa@international.gc.ca
343-203-2763

STAY CONNECTED WITH BWIT

BWIT's Information Coordinator, Miriam Lopez-Arbour, invites you to stay connected with the BWIT website and LinkedIn Group. Sign up for our mailing list at businesswomenintrade.gc.ca, and access the expertise of our 1,400 LinkedIn members at linkd.in/bwit-faci. Remember, there is strength in numbers!

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented
by the Minister of International Trade, 2015

Catalogue Number: FR5-22/2015 | 1922-3781

businesswomenintrade.gc.ca

Everywhere you do business
**The Canadian Trade
Commissioner Service**

tradecommissioner.gc.ca

